

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan akan jasa asuransi kini makin dirasakan baik perorangan, dunia usaha maupun instansi-instansi pemerintah di Indonesia. Asuransi merupakan suatu bisnis yang sangat banyak kaitan kepentingannya dengan masyarakat pengguna jasa asuransi.¹ Asuransi merupakan *sarana financial* dalam tata kehidupan rumah tangga, baik dalam menghadapi risiko kematian, ataupun menghadapi risiko atas harta benda yang dimiliki.

Kesadaran berasuransi syariah ini tumbuh lebih dahulu di negara-negara lain, seperti pada dekade 1970-an. Pada 1979, Faisal Islamic Bank of Sudan memprakasai berdirinya perusahaan asuransi syariah Islamic Insurance Co. Ltd. Di Sudan dan Islamic Insurance Co. Ltd. Di Arab Saudi. Lalu, keberhasilan ini diikuti dengan pendirian Dar al-Mal al-Islami di Genewa, Swiss dan Tafakul Islami di Luxemburg, Tafakul Islam Bahamas di Bahamas dan al-Takaful al-Islami di Bahrain pada 1981. Kemudian, pada 1984 di Malaysia berdiri Syarikat Tafakul Malaysia Berhad yang sepuluh tahun kemudian (1994) diikuti dengan berdirinya Asuransi Tafakul di Indonesia dengan nama PT Syarikat Tafakul Indonesia. PT. Syariat Tafakul Indonesia kemudian mengembangkan dua anak perusahaan, yaitu PT Asuransi Tafakul Keluarga (Asuransi Jiwa) dan PT Asuransi Tafakul Umum (Asuransi Kerugian) menjawab kebutuhan masyarakat Muslim.²

Pertumbuhan perekonomian khususnya dunia usaha asuransi merupakan salah satu bidang usaha yang sangat potensial untuk dikembangkan. Kemudian berdirinya AJB Bumi Putera 1912, diiringi dengan terbentuknya Devisi Asuransi Jiwa Syariah Bumi Putera pada tanggal 7 November 2002 tentang persetujuan dan pembukaan devisi syariah. SK Direksi N80. 9/ Dir/ Th 2002. Devisi Syariah Bumi Putera resmi beroperasi

¹ Mulyadi Nitisusastro, *Asuransi dan Usaha Perasuransian di Indonesia*,: ALFABETA, Bandung, 2013, hal.5.

² Didin Hafidhuddin, *Solusi Berasuransi*, PT Karya Kita, Bandung, 2009, hal.11.

berlandaskan dasar syariah Islam. seiring dengan kebutuhan masyarakat akan jaminan resiko terhadap kegiatan mereka yang semakin kompleks.

Melihat prospek ke depan dan minat masyarakat dalam bidang asuransi syariah. Banyak perusahaan asuransi konvensional yang membuka cabang asuransi syariah. Situasi ini juga didorong oleh keluarnya KMK (Keputusan Menteri Keuangan) No. 425/KMK/2003. KMK ini mengatur tentang perizinan dan penyelenggaraan usaha perusahaan penunjang usaha asuransi. Selain itu, adanya otonomi daerah yang semakin kuat, tingkat kesadaran masyarakat terhadap produk-produk asuransi yang semakin meningkat. Karena mayoritas penduduk Indonesia menganut agama Islam hal ini merupakan faktor-faktor pendukung yang penting dalam perkembangan asuransi syariah di Indonesia.

Tentu ada beberapa fakta yang menyangkut tentang fatwa dari para ulama tentang pandangan mereka terhadap asuransi, khususnya asuransi konvensional. Memang terjadi perbedaan pendapat (ikhtilaf) dalam menyikapi asuransi syariah dari berbagai sudut pandang. Namun, tampaknya perlu kiranya kita mengetahui dalil-dalil syar'i yang mendukung tentang praktik asuransi syariah.

Pemasaran asuransi diselenggarakan melalui *representatives* perusahaan asuransi yang dikenal sebagai agen.⁸ Agen asuransi adalah siapa saja yang dikuasakan oleh perusahaan asuransi untuk mencari, membuat, mengubah, atau mengakhiri kontrak-kontrak asuransi antara perusahaan asuransi dengan publik.³

Karena pada dasarnya bisnis asuransi diselenggarakan melalui agen-agen.⁴ Dalam berhubungan dengan calon pemegang polis seorang agen harus mampu menjaga kepercayaan. Agenlah yang berperan dalam memberikan pelayanan dalam memasarkan produk asuransi syariah. Dimana seorang agen sangat mempengaruhi tingkat penjualan polis asuransi syariah dalam suatu perusahaan. Dari perolehan data tingkat produktivitas agen terhadap penjualan

³ Hasymi Ali, *Pengantar Asuransi*, PT. Bumi Aksara, Jakarta, 2002, hal.91.

⁴ Kuat Ismanto, *Asuransi Syariah*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta 2009, hal.108.

polis asuransi syariah bersifat fluktuatif yang berarti naik turun hal ini dapat dilihat data dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada surat permintaan bulan januari mencapai target yaitu 113.6%, pada bulan february 80,2%, pada bulan maret 90%, pada bulan april 102,5%. Ini menunjukkan ada peningkatan dalam penjualan dari periode sebelumnya. Untuk itu diperlukan sumber daya manusia utamanya bagian marketing sehingga prestasi perusahaan akan menjadi lebih baik.

Oleh karena itu, agen yang berkualitas mempunyai peranan penting di dalam perusahaan asuransi syariah, tanpa agen yang berkualitas dan produktif kegiatan dalam asuransi syariah tidak mungkin berjalan dengan baik. Kinerja agen merupakan akumulasi hasil yang diperoleh agen baik secara individu maupun dalam perusahaan. Memiliki kinerja yang unggul bila target yang diterapkan oleh perusahaan tercapai, misalnya jumlah produk yang terjual mengalami peningkatan.

Pada umumnya setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat dan berkembang pesat, tujuan tersebut akan dapat tercapai apabila perusahaan sudah mampu untuk mempertahankan dan meningkatkan hasil penjualannya dengan mencari dan membina para konsumennya.

Dalam perusahaan asuransi yang menjadi tenaga penjual untuk memberikan wawancara langsung kepada konsumen dilakukan oleh seorang agen. Agen merupakan ujung tombak keberhasilan pencapaian tujuan organisasi.⁵

Di mana agen sangatlah berperan terhadap penawaran produk baru pada perusahaan asuransi syariah saat ini. Agen memberikan pelayanan dalam menawarkan jasa perlindungan terhadap kebutuhan finansial baik individu maupun kelompok. Seorang agen asuransi dalam memberikan pelayanan kepada konsumen agar sukses dan memuaskan, sangat dibutuhkan

⁵ Wahyu Prihartono, *Manajemen Pemasaran Dan Tata Usaha Asuransi*, Kanisius, Yogyakarta, 2001, hal .6.

komitmen atas pekerjaan dengan senantiasa berlatih secara konsisten dan harus memiliki pengetahuan yang cukup mengenai asuransi.⁶

Seorang agen juga harus proaktif dan dapat menciptakan peluang dalam produk asuransi syariah di perusahaannya. Tentunya bukan merupakan hal mudah untuk dilakukan para agen dalam meningkatkan penjualan polis asuransi syariah. Oleh karena itu perlu adanya pengetahuan untuk memperluas jaringannya, yang semua itu bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan asuransi syariah.

Salah satu hubungan paling dekat dengan calon nasabah adalah agen asuransi. Karena naik tidaknya pendapatan perusahaan asuransi tergantung dalam agen menjual produk asuransi. Agen asuransi diharapkan dapat memahami tentang peran agen sebagaimana mestinya, apa sebenarnya fungsi, kedudukan, tugas dan tanggung jawab dalam meningkatkan penjualan polis asuransi syariah.

Inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja organisasi. Inovasi adalah memulai atau memperkenalkan sesuatu yang baru. Kebanyakan peneliti sepakat atas definisi inovasi yang mencakup hasil produk dan proses baru. Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada kinerja perusahaan.

Keberlangsungan hidup dari perusahaan bergantung pada seberapa cepat dan tanggap perusahaan tersebut menghadapi kedinamisan yang ada. Seperti contohnya, perusahaan manufaktur yang dituntut untuk selalu menghasilkan produk-produk yang lebih dan dengan biaya yang lebih rendah dari pesaing mereka. Oleh karena itu dibutuhkan strategi-strategi bersaing

⁶ Surjono Soerono, *Penuntun Keagenan asuransi Jiwa Edisi IV*, Dewan Asuransi Indonesia, Jakarta, 1998, hal.8.

yang efektif dengan melakukan perbaikan, baik dari segi pengembangan produk maupun dari segi proses secara berlanjut.

Tehnologi dan inovasi sudah dikenal sebagai faktor penting dalam meningkatkan keuntungan, *positioning*, dan kinerja bagi perusahaan dalam menghadapi kedinamisan pasar. Dengan melakukan inovasi, perusahaan bereaksi terhadap perubahan pasar yang dinamis dan untuk menciptakan atau "*innovation is an almost obligatory survival strategy*". Perusahaan yang berhasil menciptakan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah perusahaan yang mampu menciptakan inovasi yang efektif dan terencana. Oleh karena itu, diperlukan cara-cara atau strategi baru dalam menciptakan dan menghasilkan produk baru atau melakukan perbaikan (*tangible* maupun *intangible*) dengan meningkatkan kemampuan kreatif dari karyawan perusahaan atau anggota organisasi.

Manajemen pemimpin berperan aktif dalam mewujudkan fokus dan menciptakan lingkungan yang kondusif serta merangsang kreatifitas pegawainya. Dalam sebuah organisasi, inovasi dimulai dengan adanya individu cerdas yang mempunyai 'sense' untuk menemukan kebutuhan baru, yang kemudian menciptakan atau mengimprovisasikannya menjadi metode, proses maupun sumber daya baru untuk memenuhi kebutuhan kebaruan tersebut. Lingkungan yang kondusif dan menyuburkan mampu mengarahkan para inovator berkarya dengan ide-ide kreatif mereka.

Schumpeter merupakan ahli pertama kali mengungkapakan konsep inovasi. Ia mendefinisikan "inovasi" sebagai kombinasi baru dari faktor-faktor produksi yang dibuat oleh pengusaha dan pemikiran inovasi adalah kekuatan pendorong yang penting (*critical driving force*) dalam pertumbuhan ekonomi. Konsep inovasi Schumpeter melibatkan inovasi produk, inovasi proses, inovasi pasar, penggunaan bahan baku baru dan mendapatkan bahan baku tersebut dengan cara-cara dan inovasi pada organisasi. Dengan demikian, Schumpeter telah meletakkan fondasi dasar teori mengenai inovasi untuk penelitian selanjutnya. Yang kemudian oleh beberapa peneliti dilakukan pergeseran fokus dalam penelitiannya, dari konsep inovasi secara

makro bergeser pada konsep inovasi yang lebih mikro. Konsep inovasi itu terkait dengan inovasi yang dilakukan secara makro yang berhubungan dengan pertumbuhan ekonomi, sedangkan konsep inovasi secara mikro terkait dengan inovasi yang dilakukan oleh perusahaan.⁷

Dalam penelitian sebelumnya “peran inovasi pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis” membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hal ini dapat diartikan perubahan kualitas produk akan berdampak pada berubah.

Hasil studi ini membuktikan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hal ini dapat diartikan perubahan kualitas produk akan berdampak pada perubahan kinerja perusahaan. Nilai estimasi positif menunjukkan hubungan searah. Semakin tinggi kualitas produk, semakin tinggi pula kinerja perusahaan. Rendahnya komplain akan berdampak pada kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan menciptakan loyalitas pelanggan. Semakin tinggi loyalitas pelanggan akan menekan biaya promosi perusahaan dan meningkatkan volume penjualan. Tingginya loyalitas pelanggan berarti tinggi pula retensi pelanggan. Hal ini akan meningkatkan *market share*, yang pada akhirnya akan meningkatkan laba perusahaan dan meningkatnya penjualan.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri jasa asuransi yang melakukan inovasi adalah AJB Bumiputera 1912, berdiri sejak 104 tahun yang lalu tepatnya tanggal 12 Februari 1912 di Magelang oleh suatu perkumpulan guru-guru Hindia Belanda (PGHB). Pada saat berdirinya usaha ini tidak memiliki modal (nol sen) melainkan dilandasi kemauan keras dan cita – cita yang luhur demi kesejahteraan masyarakat, dengan tujuan agar penduduk pribumi (Bumiputera) menjadi tuan rumah dinegerinya sendiri terlepas dari penjajahan. AJB Bumiputera 1912 yang memulai usaha tanpa dukungan modal , ternyata kini tumbuh dan berkembang sebagai perusahaan

⁷Opcit. WawanDhewanto, dkk, hal.1-3.

asuransi terpercaya . Dari sekitar 60 perusahaan Asuransi Jiwa yang ada di Indonesia, Bumiputera masih memposisikan diri sebagai market leader.⁸

Perjalanan Bumiputera yang sudah satu abad melayani masyarakat Indonesia banyak mengalami berbagai hal, banyak kompetitor yang bermunculan untuk bersaing dengan Bumiputera, mereka berlomba-lomba untuk menarik masyarakat dengan program asuransi-Link yaitu penggabungan antara proteksi dan investasi, sehingga pemegang polis tidak hanya mempunyai uang pertanggungan namun juga mempunyai dana investasi. dari latar belakang tersebut manajemen Bumiputera melakukan inovasi dengan meluncurkan program Asuransi Unit Link Syariah.

Perusahaan yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah AJB Bumiputera Syariah Kudus, dimana perusahaan tersebut bergerak dalam bidang jasa asuransi yang berbasis konvensional, kemudian perusahaan tersebut membuka cabang Syariah. Dengan adanya cabang Syariah tentunya perusahaan perlu melakukan inovasi pembaruan produk, yang dapat diterima oleh masyarakat dan mampu bertahan di tengah munculnya perusahaan-perusahaan baru. Melihat pentingnya inovasi seperti yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul: PERAN INOVASI PRODUK DALAM PENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus pada AJB Bumiputera Syariah Kudus)

B. Penegasan Istilah

Judul yang penulis pilih adalah : PERAN INOVASI PRODUK DALAM PENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus pada AJB Bumiputera SyariahKudus)

1. Inovasi

Inovasi adalah konsep baru atau peningkatan layanan secara signifikan yang diterapkan kedalam praktik bisnis.⁹

⁸Isnanto, *makalah AJB Bumiputera*, kudus, 2010, hal. 3.

⁹Opcit. Wawan Dhewanto, dkk, hal .94.

2. Pengembangan

Pengembangan adalah perubahan pada kinerja produk yang sudah ada.¹⁰

3. Kualitas produk

Kualitas produk adalah keadaan atau sifat suatu produk yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuatu nilai uang yang telah dikeluarkan.¹¹

4. Asuransi jiwa bersama (AJB) BUMIPUTERA Syariah kantor cabang Kudus.

Adalah obyek penelitian skripsi, yaitu perusahaan asuransi yang kantor cabangnya terletak di jalan A. Yani No. 5B Kudus.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian yang tertulis dalam latar belakang masalah, maka fokus utama penelitian yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah bahwa judul "Peran Inovasi Dalam Peningkatan Penjualan (Studi Kasus pada AJB Bumiputera Syariah Kudus)" dapat dipahami sebagai upaya untuk mengetahui perkembangan tingkat penjualan polis. Adapun yang menjadi ukuran adalah hasil premi (income) yang dihasilkan oleh karyawan bagian marketing (agen) tersebut pada tahun 2016.

D. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis dapat menarik pokok permasalahan sebagaimana berikut:

1. Bagaimana inovasi produk yang dilakukan AJB BUMIPUTERA Syariah Kudus untuk meningkatkan penjualan perusahaan ?
2. Bagaimana upaya AJB BUMIPUTERA Syariah Kudus dalam meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan ?

¹⁰Christopher lovelock dkk, *pamasaran jasa, erlangga*, jakarta, 2010, hal. 117.

¹¹Suyadi Prawirosentono, *Manajemen Mutu Terpadu*, Bumi Aksara, Jakarta, 2004, hal. 6.

E. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui inovasi produk yang dilakukan AJB BUMIPUTERA Syariah Kudus dalam meningkatkan penjualan perusahaan.
2. Untuk mengetahui upaya AJB BUMIPUTERA Syariah Kudus dalam meningkatkan penjualan perusahaan.

F. Manfaat penelitian

1. Dalam segi teoritis
 - a) Untuk dapat digunakan sebagai bahan referensi apabila ada mahasiswa yang mengadakan penelitian dengan tema yang sama dengan penelitian ini.
 - b) Dapat ikut mengembangkan khasanah ilmu pengetahuan ekonomi, khususnya dibidang pengembangan kualitas produk.
2. Dalam segi praktis
 - a) Untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diterima dibangku perkuliahan.
 - b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber wawasan dan pengetahuan bagi manajemen perusahaan perusahaan AJB BUMIPUTERA Syariah kantor cabang Kudus dalam pengembangan kualitas produk.

G. SistematikaPenulisanSkripsi

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun :

1. Bagian muka

Bagian muka ini, terdiri dari : halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman

persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi dan daftar tabel.

2. Bagian isi, meliputi:

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab satu dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut :

Bab I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi : latarbelakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, dan sistematika penulisan.

Bab II : KAJIAN PUSTAKA

Hal yang dikemukakan dalam kajian pustaka ini meliputi: kajian pustaka tentang inovasi pengembangan kualitas produk termasuk didalamnya kajian pustaka inovasi dan kualitas, dan penelitian terdahulu.

Bab III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memuat: pendekatan dan jenis pendekatan, waktu dan lokasi penelitian, instrument penelitian, subyek penelitian, tehnik pengumpulan data, sumber data, teknik keabsahan data dan teknik analisis data.

Bab IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang gambaran umum AJB BUMIPUTERA Syariah kantor cabang Kudus, untuk mengetahui peran inovasi dalam meningkatkan penjualan perusahaan AJB BUMIPUTERA Syariah kantor cabang Kudus dan mengetahui pengaruh antara kualitas produk terhadap penjualan di perusahaan AJB BUMIPUTERA Syariah kantor cabang Kudus.

Bab V : PENUTUP

Bab ini memuat tentang kesimpulan, saran-saran dan penutup.

3. Bagian akhir:

Bagian akhir, terdiri dari: daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat pendidikan penulis dan sebagainya.

